

ส่วนที่ 1 นโยบายและการประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท โกลบอล คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (“GLOCON”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2530 และต่อมาบริษัทได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนแปรรูปเป็นบริษัทมหาชนพร้อมกับเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2536 โดยประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทต่างๆ เช่น พลาสติกชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging), ขวดพีอีที (PET : Polyethylene Terephthalate Bottle) และบรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum เช่น ถาดบรรจุอาหาร (บริษัท พร้อมแพค จำกัด) (“PP”) เพื่อใช้สำหรับบรรจุสินค้าอุปโภคและบริโภคประเภทต่างๆ โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร

ต่อมาในปี พ.ศ. 2558 บริษัทได้เริ่มลงทุนและประกอบธุรกิจอาหารแปรรูปแช่แข็งและอาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมทาน (บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด) (“NPPFS”) ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม (บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด และ บริษัท คิทเซ็น พลัส แฟรนไชส์ จำกัด) (“NPPF” และ “KPF”) ธุรกิจผลไม้อบแห้ง (บริษัท ฟรุ๊ตตี้ดราย จำกัด) (“FD”) อีกทั้งยังได้ลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ เช่น ธุรกิจให้เข้าพื้นที่ในศูนย์การค้า ซึ่งเป็นศูนย์การค้าประเภท Community Mall บนเนื้อที่กว่า 19 ไร่ ริมถนนบรมราชชนนี (บริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด) (“TBM”) ธุรกิจในรูปแบบการตลาดเครือข่าย (Network Marketing) เพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค (บริษัท ดี แองเจิ้ล โกลบอล จำกัด) (“TAG”) และธุรกิจเทรดดิ้ง (บริษัท โกลคอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด) (“GCI”) ทั้งนี้ ยังมีบริษัทย่อยอีก 1 บริษัท คือ บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดดิ้ง จำกัด ซึ่งปัจจุบันยังไม่ได้มีการประกอบกิจการใดๆ

1.1 นโยบายในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์ของบริษัท คือ ก้าวสู่การเป็นผู้นำแห่งอุตสาหกรรมทางด้านการผลิตอาหารในประเทศ และต่างประเทศ ด้านการผลิตสินค้าผลไม้อบแห้งในตลาดต่างประเทศ และด้านผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์ รวมถึงสินค้าอุปโภค บริโภค เพื่อกระจายสินค้าผ่านช่องทางร้านสะดวกซื้อขนาดใหญ่ โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรคและพัฒนา ความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย และแนวคิดการก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และองค์กรสืบไป

เพื่อก้าวสู่ความเป็นผู้นำแห่งธุรกิจด้านอาหาร และอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ บริษัทได้กำหนด **“พันธกิจ”** ดังนี้

1. มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพบรรจุภัณฑ์ ให้มีนวัตกรรมด้านการผลิตเทียบเท่ามาตรฐานสากล เพื่อสร้างสรรค์อาหาร และบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด
2. เคารพในการแข่งขันอย่างสร้างสรรค์และโปร่งใส เติบโตไปด้วยจริยธรรม
3. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ร่วมดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม ปฏิบัติต่อกันอย่างให้เกียรติ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในระยะยาว
4. พัฒนาให้บริษัทเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อปรับปรุงคุณภาพบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน
5. ยึดถือความสำคัญของผลประโยชน์ผู้ถือหุ้น ในด้านผลประโยชน์หรือการบริหารความเสี่ยงทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง
6. ยึดมั่นในการเป็นองค์กรที่ดีของสังคม เคารพกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างเคร่งครัด เพื่อสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศและร่วมพัฒนาสังคมไปพร้อมกัน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2563

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2563 เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2563 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ฟรุติตี้ดราย จำกัด เป็นจำนวนเงิน 25.50 ล้านบาท บริษัทดังกล่าวมีทุนจดทะเบียนจำนวน 50 ล้านบาท และบริษัทถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน และซื้อธุรกิจผลไม้อบแห้งจากบริษัท ไวต้า ฟู้ด แพลคตอรี่ (1989) จำกัด เป็นจำนวนเงิน 48.50 ล้านบาท ซึ่งให้บริษัท ฟรุติตี้ดราย จำกัด บริหารจัดการธุรกิจดังกล่าว เพื่อขยายธุรกิจส่งออกประเภทผลไม้อบแห้งในหลายประเทศ
- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2563 ของบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (“บริษัทย่อย”) เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2563 มีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียน จำนวน 88 ล้านบาท และจัดสรรให้แก่บริษัท โกลบอล คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ทั้งนี้ได้ดำเนินการเพิ่มทุนและจดทะเบียนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้าแล้วเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2563
- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2563 ของบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (“บริษัทย่อย”) เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2563 มีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียน จำนวน 100 ล้านบาท และจัดสรรให้แก่บริษัท โกลบอล คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ทั้งนี้ได้ดำเนินการเพิ่มทุนและจดทะเบียนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้าแล้วเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2563
- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 3/2563 ของบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (“บริษัทย่อย”) เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2563 มีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียน จำนวน 100 ล้านบาท และจัดสรรให้แก่บริษัท โกลบอล คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ทั้งนี้ได้ดำเนินการเพิ่มทุนและจดทะเบียนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้าแล้วเมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2563

ปี 2562

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2562 เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2562 ได้มีมติอนุมัติให้จัดตั้งบริษัทย่อยชื่อ “บริษัท ดี แองเจิ้ล โกลบอล จำกัด” ด้วยวัตถุประสงค์การลงทุนในธุรกิจในรูปแบบการตลาดเครือข่าย (Network Marketing) เพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค โดยสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในหลากหลายช่องทาง ซึ่งทำให้เกิดการกระจายรายได้แบบปากต่อปากในรูปแบบ Word of Mouths Marketing ที่ใช้สายสัมพันธ์ในการแนะนำผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยมีองค์ความรู้ (Intellectual Distribution) ทำให้เกิดลูกค้าที่จงรักภักดีต่อแบรนด์ได้ง่าย (Product Lovers & Loyalty Customers) โดยบริษัท ดี แองเจิ้ล โกลบอล จำกัด มีทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท โกลบอล คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (เดิมชื่อ บริษัท เอ็นพีพีจี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)) ร้อยละ 100
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2562 เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2562 ได้มีมติอนุมัติให้ซื้อหุ้นทั้งหมดของบริษัท สยาม เกตเวย์ จำกัด (SGW) “บริษัทร่วม” จากผู้ถือหุ้นรายอื่นทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) และบุคคลธรรมดา ซึ่งถือหุ้นอยู่ร้อยละ 49 และ ร้อยละ 2 ตามลำดับ รวมเป็นร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน ซึ่งต่อมาบริษัทได้ทำการซื้อขายและโอนหุ้นสามัญดังกล่าวในเดือนพฤศจิกายน 2562 โดยชำระเงินค่า

หุ้นทั้งสิ้น 0.94 ล้านบาท ซึ่งทำให้บริษัท สยาม เกตเวย์ จำกัด มีสถานะเปลี่ยนจาก "บริษัทร่วม" กลายเป็น "บริษัทย่อย" และในครั้งเดียวกันนี้ที่ประชุมมีมติอนุมัติให้เปลี่ยนชื่อและตราประทับของบริษัททันทีภายหลังจากการเข้าหุ้นเสร็จสมบูรณ์ จากเดิมชื่อบริษัท สยาม เกตเวย์ จำกัด เปลี่ยนเป็น บริษัท โกลคอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด โดยบริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อและตราประทับของบริษัทกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2562

- บริษัทได้มีการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2561 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติให้บริษัทเปลี่ยนแปลงชื่อและตราประทับของบริษัท และการเปลี่ยนแปลงชื่อย่อหลักทรัพย์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนชื่อบริษัท จากเดิมชื่อ "บริษัท เอ็นพีพีจี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)" ("NPPG") เปลี่ยนเป็น "บริษัท โกลบอล คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)" ("GLOCON") โดยบริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อและตราประทับของบริษัทกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562

ปี 2561

- บริษัทได้มีการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2561 เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2561 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติให้บริษัทเปลี่ยนแปลงชื่อและตราประทับของบริษัทจากเดิมชื่อ "บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)" เปลี่ยนเป็น "บริษัท เอ็นพีพีจี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)" ("NPPG") โดยบริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อและตราประทับของบริษัทกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2561

ในการประชุมครั้งเดียวกันนั้น ผู้ถือหุ้นมีมติ การเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 400,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 1,656,484,904 บาท เป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 2,056,484,904 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 400,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนเพื่อเสนอขายแบบเฉพาะเจาะจงแก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) ให้แก่ Asia Alpha Equity Fund 1 ซึ่งเป็นกองทุนย่อยของ Asia Alpha Equity Master Fund ที่จดทะเบียนในประเทศสิงคโปร์ โดยมี Banjaran Asset Management Pte. Ltd. เป็นผู้จัดการกองทุน ทั้งนี้ กองทุนดังกล่าวไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันของบริษัท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 0.70 บาท รวมทั้งสิ้นจำนวน 280,000,000 บาท โดยบริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2561

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2561 เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2561 ได้มีมติอนุมัติในหลักการให้เข้าร่วมลงทุนกับบริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) จัดตั้งบริษัทร่วมทุนชื่อ "บริษัท สยาม เกตเวย์ จำกัด" มีโครงสร้างการถือหุ้นแบ่งเป็น TACC ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทร่วมทุน และ NPPG ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทร่วมทุน โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จในจุดเดียว (One Stop Service) ซึ่งรวมถึงการบรรจุผลิตภัณฑ์และจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อส่งออกไปต่างประเทศทั้งในรูปแบบ Online, Offline, B2B, B2C และสถานที่ขายสินค้าปลอดภาษี (Duty Free) ต่างๆ ในภูมิภาคใกล้เคียง โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 50,000,000 บาท

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2562 เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2561 ได้มีมติอนุมัติในหลักการให้ NPPG เข้าร่วมลงทุนกับบริษัทย่อยในเครือ Kinghill Overseas Holdings Limited ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนจัดตั้งที่เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยการจัดตั้งบริษัทร่วมทุนนั้น คาดว่าจะมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 1,000,000 หยวน หรือประมาณเท่ากับ 5,034,800 บาท (ใช้อัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวนเท่ากับ 5.0348 บาท) เพื่อประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) ร้านอาหารในสาธารณรัฐประชาชนจีน รวมถึงการให้สิทธิในการใช้แฟรนไชส์ (Franchise) ร้านอาหาร อย่างไรก็ตามขณะนี้ยังอยู่ระหว่างการเจรจากับบริษัทในเครือ Kinghill Overseas Holdings Limited
- บริษัทได้มีการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2561 เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2561 ผู้ถือหุ้นได้มีมติอนุมัติให้บริษัทเปลี่ยนแปลงชื่อย่อหลักทรัพย์ของบริษัทจากเดิมใช้ชื่อย่อ “NPP” เปลี่ยนเป็น “NPPG” เพื่อให้สอดคล้องกับชื่อบริษัท โดยได้ดำเนินการขอเปลี่ยนแปลงชื่อย่อหลักทรัพย์ต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้วเสร็จและมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2561 ที่ผ่านมา
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2561 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าทำสัญญาซื้อสิทธิการบริหารแฟรนไชส์หลักร้านอาหารและเครื่องดื่ม ดิน แอนด์ เดลูก้า (Dean & DeLuca Cafés) ในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียว (“สิทธิการบริหารแฟรนไชส์หลักแต่เพียงผู้เดียว”) (“Exclusive Right of Master Franchise”) กับ บริษัท ดิน แอนด์ เดลูก้า เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด ทั้งนี้ สัญญาแฟรนไชส์ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ดิน แอนด์ เดลูก้า จะมีผลบังคับใช้เมื่อบริษัท ดิน แอนด์ เดลูก้า เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับความยินยอมจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และเป็นไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไขของสัญญาดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันยังมิได้มีการให้ความยินยอมจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) แต่อย่างใด
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 10/2561 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าทำสัญญาซื้อขายสิทธิกิจการแฟรนไชส์ร้านอาหารคิทเชน พลัส กับ บริษัท คิทเชน พลัส 999 จำกัด ซึ่งในการเข้าทำสัญญาซื้อขายทรัพย์สินดังกล่าว บริษัทจะได้สิทธิในการเป็นเจ้าของกิจการ ร้านอาหาร คิทเชน พลัส และ บ้านครัวไทย สิทธิและหน้าที่ตามสัญญาแฟรนไชส์กิจการ ร้านอาหาร คิทเชน พลัส และ บ้านครัวไทย ในฐานะเจ้าของสิทธิแฟรนไชส์ที่ทำกับผู้ที่ได้รับสิทธิแฟรนไชส์ รวมถึงสิทธิและหน้าที่อื่นๆ ตามสัญญาที่เกี่ยวข้อง โดยได้ร่วมลงนามในสัญญาซื้อขายทรัพย์สินเป็นที่เรียบร้อยแล้วในวันที่ 11 ตุลาคม 2561
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 14/2561 ได้มีมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ดังนี้
 1. อนุมัติให้ บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ขายทรัพย์สินของร้านอาหาร Kitchen Plus และสิทธิในการบริหารแฟรนไชส์ร้านอาหาร Kitchen Plus ให้กับ บริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99 ของหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมด) เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการกิจการร้านอาหาร Kitchen Plus
 2. อนุมัติให้เปลี่ยนชื่อบริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (บริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99 ของหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมด) เป็น “บริษัท คิทเชน พลัส แฟรนไชส์ จำกัด”

3. อนุมัติในหลักการให้ บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99)หยุดการดำเนินงานร้านอาหารแบรนด์ Miyabi ที่มีอยู่ทั้งหมด 3 สาขา ได้แก่ สาขาห้างสรรพสินค้า Seacon Square, สาขาห้างสรรพสินค้า The Mall งามวงศ์วาน, สาขาห้างสรรพสินค้า Terminal21 Korat ซึ่งทั้ง 3 สาขา เดิมมีการให้สิทธิการใช้แฟรนไชส์กับบุคคลอื่น ซึ่งต่อมาบริษัทได้มีการเรียกคืนสิทธิการใช้แฟรนไชส์ตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2561 และครบระยะเวลาตามสัญญาวันที่ 31 สิงหาคม 2561 (ทั้งนี้โปรดอ่านเอกสารเพิ่มเติม ที่ NPP.024/2561 ซึ่งแจ้งข้อมูลในงบการเงิน ประจำปี 2560 ตามที่ตลาดฯ สอบถาม) โดยคณะกรรมการบริษัท พิจารณาแล้วมีความเห็นว่า ธุรกิจร้านอาหารแบรนด์ Miyabi ในปัจจุบันเป็นธุรกิจที่ไม่ทำกำไรและตลอดทั้งปีที่ผ่านมามีผลประกอบการขาดทุนมาโดยตลอดและไม่มีศักยภาพในการเติบโต

4. อนุมัติในหลักการให้ บริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99)หยุดการดำเนินงานร้านขนมหวานแบรนด์มิสเตอร์โจนส์ออร์แกนิก ซึ่งในปัจจุบันอยู่ระหว่างการจัดทำแผนธุรกิจหลังจากที่ได้ปิดสาขาทั้งหมด 3 สาขาในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ที่ผ่านมา โดยคณะกรรมการบริษัทพิจารณาแล้วมีความเห็นว่า ธุรกิจร้านขนมหวานมิสเตอร์โจนส์ออร์แกนิก เป็นธุรกิจที่ไม่สามารถสร้างกำไรและผลการดำเนินงานที่ผ่านมาไม่มีผลขาดทุนมาโดยตลอด และไม่มีศักยภาพในการเติบโต

- ในการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 3/2561 เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2561 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติให้บริษัททำการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รุ่นที่ 4 (NPPG – W4) จำนวนไม่เกิน 759,613,966 หน่วยให้แก่ผู้ถือหุ้นตามสัดส่วนการถือหุ้น โดยไม่คิดมูลค่า ในอัตราส่วน 2.5 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยเศษของใบสำคัญแสดงสิทธิให้ปัดทิ้ง ใบสำคัญแสดงสิทธิรุ่นที่ 4 มีกำหนดอายุ 3 ปี นับจากวันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ ในราคาใช้สิทธิ 0.50 บาท ต่อหน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ และอนุมัติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 759,613,966 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 1,899,034,915 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 2,658,648,881 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่อีกจำนวน 759,613,966 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ ในราคาใช้สิทธิ 0.50 บาท ต่อหน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยบริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2562

ปี 2560

- บริษัทได้มีประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2560 เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2560 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติเรื่องการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จากจำนวน 1,152,622,701 บาท เป็น 1,648,968,105 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 496,345,404 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม (Right Offering) ตามสัดส่วนการถือหุ้น ในอัตราส่วน 4 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 248,172,702 หุ้น และจัดสรรเพื่อรองรับการใช้สิทธิแปลงสภาพของใบสำคัญแสดงสิทธิ (NPP-W3) ในอัตราส่วน 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ จำนวน 248,172,702 หุ้น โดยกำหนดราคาเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ราคา 1.10 บาทต่อหุ้น บริษัทได้รับชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนจากการจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมดังกล่าวแล้วทั้งจำนวน โดยค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มทุนดังกล่าวจำนวน 0.93 ล้านบาท ได้แสดงหักจากส่วนเกินมูลค่าหุ้น ทั้งนี้บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนและลดทุนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2560

- ในวันที่ 21 มีนาคม 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 250,000,000 หุ้นมูลค่าหุ้นละ 10 บาท โดยบริษัทชำระค่าหุ้นสามัญ เป็นจำนวนเงิน 150 ล้านบาท
- ในวันที่ 24 มีนาคม 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ไทยเฟลคซิเบิลแพค จำกัด ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 160,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท โดยบริษัทชำระค่าหุ้นสามัญ เป็นจำนวนเงิน 57.70 ล้านบาท ผลดังกล่าวทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 55.00 เป็นร้อยละ 56.69 บริษัทได้บันทึกมูลค่าที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2.39 ล้านบาทไว้ภายใต้รายการ “ส่วนเกินทุนจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อย” ในส่วนของผู้ถือหุ้น
- ในระหว่างปี 2560 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ให้สิทธิการใช้แฟรนไชส์ธุรกิจภายใต้เครื่องหมายการค้า “มียาบี” กับบุคคลภายนอก เพื่อไปบริหารจัดการร้านอาหาร 3 แห่ง

ปี 2559

ปี 2559 บริษัทได้ลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มธุรกิจของบริษัทและเพิ่มยอดขายเพื่อให้บริษัทสามารถกระจายค่าใช้จ่ายส่วนกลางได้ ตามนโยบายการขยายธุรกิจและแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ ดังนี้

- บริษัทได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย ชื่อ บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ดำเนินการเข้าซื้อทรัพย์สินและสิทธิในการบริหารสาขาทั้ง 5 สาขา ของ บริษัท มียาบี กริลล์ จำกัด ในเดือนมีนาคม 2559 (ตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อย คือ 55% และได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นเป็น 100% ใน เดือนกรกฎาคม 2559)
- บริษัทได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย ชื่อ บริษัท ไทยเฟลคซิเบิลแพค จำกัด เข้าซื้อบริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด โดยบริษัทย่อยเป็นผู้ถือหุ้น 100% ในบริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของและผู้บริหารศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) ชื่อ The Brio Mall ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนบรมราชชนนีระหว่างแยกไปพุทธมณฑลสาย 4 กับมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา รวมทั้ง บริษัท บริโอ เรสเตอรองท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ที่บริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด ถือหุ้นอยู่ 100% ด้วยเงินลงทุนจำนวน 75 ล้านบาท (ตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อย คือ 55%)
- บริษัทได้มีมติอนุมัติให้ซื้อหุ้นทั้งหมดของ บริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด” (TLF)) “บริษัทร่วม” และ หุ้นของบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด “บริษัทย่อย” (NPPF) จาก บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) (TLUXE)

บริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด (TLF)) ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายอาหารแปรรูปแช่แข็ง และ อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน NPP ได้ซื้อหุ้นสามัญ 45% ของ TLF จาก TLUXE ในเดือนกรกฎาคม 2558 และเข้าซื้อหุ้นที่เหลือจำนวน 55% รวมเป็นเงินลงทุนอีก จำนวน 34.37 ล้านบาท

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด “บริษัทย่อย” (NPPF) ซึ่งจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเดือนกันยายน 2558 โดยการร่วมทุนระหว่าง NPP กับ TLUXE ประกอบธุรกิจบริหารงานของธุรกิจร้านอาหาร A&W และร้านอาหาร MIYABI โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นคือ NPP ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 55 และ TLUXE ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 45 โดยใน NPP ได้เข้าซื้อหุ้นที่เหลือจำนวน 45% รวมเป็นเงินลงทุนอีก จำนวน 45 ล้านบาท

- บริษัทได้มีมติอนุมัติการเข้าซื้อหุ้น 100% ของบริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (MJO) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ฟู้ด แคปิตอล จำกัด (มหาชน) (FC) (ชื่อเดิมคือ “บริษัท เอฟโวลูชั่น แคปิตอล จำกัด (มหาชน)”) ซึ่งบริหารสาขาทั้ง 6 สาขา ของ แรนด์มิสเตอร์โจนส์ออร์แกนิก โดยเข้าซื้อหุ้นของ MJO ทั้งหมดด้วยราคาขายที่ตกลงกันเป็นเงินรวม 27 ล้านบาท และรับโอนเครื่องหมายการค้าของ MJO ในราคา 40,000 USD. (คิดเป็นเงินบาทโดยประมาณ 1.5 ล้านบาท)
- บริษัทได้ขายที่ดินที่ จ.ฉะเชิงเทรา ซึ่งได้ซื้อไว้ตั้งแต่ปี 2555 และยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ จำนวน 235-2-85 ไร่ ในราคา 47 ล้านบาท

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท GLOCON

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัท โกลบอล คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) ได้มีการลงทุนในบริษัทย่อยและกิจการร่วมค้า ดังนี้

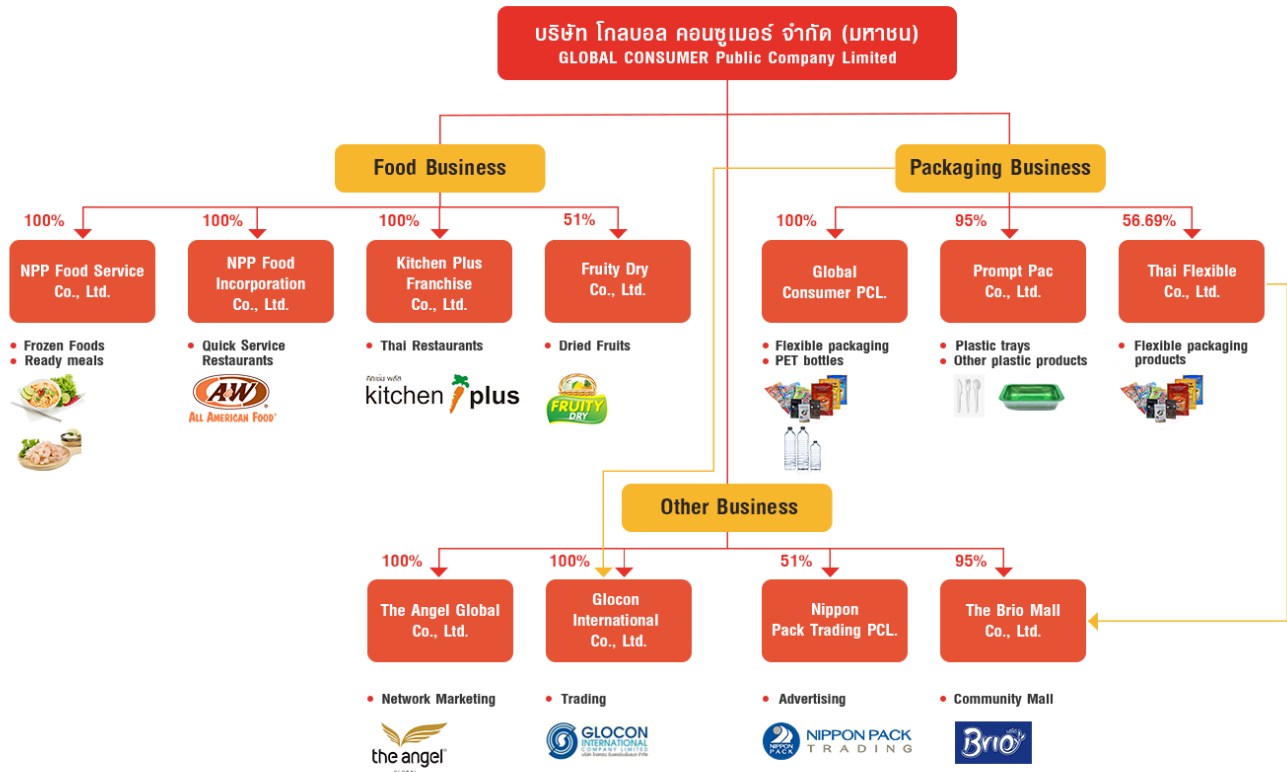
ลำดับ	บริษัทย่อย	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
1.	บริษัท ไทยเฟลคซิเบิลแพค จำกัด	จำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติก	160	56.69
2.	บริษัท พร้อมแพค จำกัด	ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหาร	35	95
3.	บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด	ร้านอาหารและเครื่องดื่มและให้เช่าพื้นที่และอุปกรณ์ร้านอาหาร	538	100
4.	บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมทาน	200	100
5.	บริษัท นิปปอน แพ็ค เทคดิง จำกัด	ยังไม่มีประกอบกิจการ	20	51
6.	บริษัท คิทเซ็น พลัส แฟรนไชส์ จำกัด	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	192	100
7.	บริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม)	ให้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้า	75	56.69
8.	บริษัท โกลคอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	ธุรกิจเทรดดิ้ง	50	100
9.	บริษัท ดี แองเจิล โกลบอล จำกัด	ธุรกิจในรูปแบบการตลาดเครือข่าย เพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค	20	100
10.	บริษัท ฟรุ๊ตตี้ดราย จำกัด	ธุรกิจผลไม้อบแห้ง	50	51

โครงสร้างกลุ่มบริษัท GLOCON

SHAREHOLDING STRUCTURE OF GLOCON GROUP

ณ 31 ธันวาคม 2563

December 31, 2020



หมายเหตุ

ลำดับที่	ชื่อภาษาอังกฤษ	ชื่อภาษาไทย
1	Global Consumer PCL.	บริษัท โกลบอล คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)
2	NPP Food Service Co., Ltd.	บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด
3	NPP Food Incorporation Co., Ltd.	บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด
4	Kitchen Plus Franchise Co., Ltd.	บริษัท คิทเชน พลัส แฟรนไชส์ จำกัด
5	Prompt Pac Co., Ltd.	บริษัท พรอมแพค จำกัด
6	Thai Flexible Pack Co., Ltd.	บริษัท ไทยเฟลคซิเบิลแพค จำกัด
7	The Angel Global Co., Ltd.	บริษัท ดี แองเจิล โกลบอล จำกัด
8	Glocon International Co., Ltd.	บริษัท โกลคอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
9	Nippon Pack Trading Co., Ltd.	บริษัท นิปปอน แพ็คเทรดดิ้ง จำกัด
10	The Brio Mall Co., Ltd.	บริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด
11	Fruity Dry Co., Ltd.	บริษัท ฟรุ๊ตตี้ดราย จำกัด

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

GLOCON มีการจัดกลุ่มธุรกิจจากการแยกประเภทสินค้าและบริการของบริษัท โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์ กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มธุรกิจอื่นๆ

โดยมีโครงสร้างรายได้แยกตามสายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจดังนี้

ประเภทธุรกิจ	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม หน่วย : พันบาท					
	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
ผลิตและจำหน่ายอาหารและอาหารทะเลแช่แข็ง	326,839	28.11	388,379	33.14	459,792	29.78
ผลิตและจำหน่ายผลไม้อบแห้ง*	-	-	-	-	355,794	23.05
ร้านอาหาร	206,276	17.74	190,698	16.28	118,292	7.66
ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติก	515,670	44.35	507,865	43.34	520,190	33.69
ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกขวดพรีเทีย	84,296	7.25	52,883	4.51	48,937	3.17
จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค**	-	-	2,537	0.22	16,129	1.05
บริการให้เช่าพื้นที่	29,542	2.55	29,433	2.51	24,705	1.60
รวม	1,162,623	100	1,171,795	100	1,543,839	100

หมายเหตุ * บริษัท ฟรุติดีดราย จำกัด เริ่มรับรู้รายได้เมื่อเดือนมกราคม 2563

** บริษัท ดี แองเจิ้ล โกลบอล จำกัด เริ่มรับรู้รายได้เมื่อเดือนสิงหาคม 2562 , บริษัท โกลคอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เริ่มรับรู้รายได้เมื่อเดือนมีนาคม 2563

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

▪ ธุรกิจอาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมทาน

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ประกอบธุรกิจผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน เพื่อการส่งออกและการขายภายในประเทศ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต และจำหน่าย ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์กึ่งแปรรูปแช่แข็ง เช่น กุ้งปอกเปลือกผ่าหลังไว้หาง, กุ้งปอกเปลือกทั้งตัว เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์ปลาแปรรูปแช่แข็ง เช่น ปลานิลผ่าท้องทอดเกล็ด ปลาสวายผ่าท้อง และปลาเยือกผ่าหลัง เป็นต้น
3. ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานแช่แข็ง เช่น ข้าวต้มกุ้ง ต้มจับฉ่าย และต้มยำกุ้งแม่น้ำ เป็นต้น
4. ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปมูลค่าเพิ่มแช่แข็ง เช่น Vegetable Spring Roll, Samosa and Dim Sum เป็นต้น
5. ผลิตภัณฑ์ปลาหมึกแปรรูปแช่แข็ง เช่น ปลาหมึกกล้วยแปรรูปแช่แข็ง ปลาหมึกกระดองแปรรูปแช่แข็ง เป็นต้น
6. รับประทานแปรรูปสินค้า เช่น แปรรูปปลาน้ำจืด ให้กับทางลูกค้า เพื่อส่งออกไปยังสหราชอาณาจักร เป็นต้น

ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน ร้อยละ 85 ดำเนินการขายภายในประเทศ และร้อยละ 15 ดำเนินการส่งออกไปยังหลายประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศอิตาลี ประเทศสเปน ประเทศเบลเยียม ประเทศคูเวต ประเทศจอร์แดน ประเทศบาร์เรน เป็นต้น

■ ธุรกิจผลไม้อบแห้ง

บริษัท ฟรุ๊ตตี้ดราย จำกัด ประกอบธุรกิจผลิต และส่งออกผลิตภัณฑ์ ผลไม้อบแห้ง จากผลไม้หลักในประเทศ ได้แก่ มะม่วง สับปะรด มะละกอ และผลไม้อื่นๆ เช่น แคนตาลูป นอกจากนี้ยังมีสินค้าประเภทชิงอบแห้งด้วย แบ่งเป็น 3 ประเภทหลักๆ ได้แก่ Standard sugar, Extra low sugar และ Free sugar โดยจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศยุโรป เช่น รัสเซีย ยูเครน อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน เป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีการส่งออกสินค้าไปยังประเทศในเอเชียและตะวันออกกลาง ได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ รวมทั้งอเมริกาใต้และแอฟริกา

■ ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม

บริหารโดยบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด และ บริษัท คิทเซ็น พลัส แฟรนไชส์ จำกัด โดยปัจจุบันมีร้านอาหาร ประเภทต่างๆ ดังนี้

1. ร้านอาหารบริการด่วน - เอ แอนด์ ดับบลิว (A&W) แฟรนไชส์เก่าแก่จากประเทศสหรัฐอเมริกา

เมนูหลักของ A&W ได้แก่ เครื่องดื่มรูทเบียร์ วาฟเฟิล เคอร์ลีฟรายส์ แฮมเบอร์เกอร์ โดยมีลักษณะเฉพาะ และเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น อเมริกา ออสเตรเลีย นอกจากนี้ยังมีเมนูไก่ทอด เมนูข้าวต่างๆ เช่น ข้าวปลาลุยสวน ข้าวลาลไก่กรอบ เป็นต้น ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคชาวไทย ชุดอาหารเช้า ของทานเล่น และของหวาน เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม

ปัจจุบัน A&W มี 24 สาขา อยู่ในศูนย์การค้าและสถานบริการน้ำมัน โดยอยู่ในกรุงเทพมหานคร 22 สาขา และจังหวัดหลักของภาคต่างๆ เช่น พัทธยา, สระบุรี ฯลฯ อีก 2 สาขา โดยให้บริการครบทุกรูปแบบทั้งการทานในร้าน (Dine In), รับกลับบ้าน (Take Away) และ บริการส่งถึงที่ (Delivery)

2. ร้านอาหารคิทเซ็น พลัส ประกอบธุรกิจร้านอาหาร โดยจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มหลากหลายเมนู ทั้งอาหารจานเดียวหรือข้าวราดแกงและสั่งเป็นกับข้าวหรือชุด Set อาหารตามที่ทางร้านจัดไว้ อีกทั้งยังมีอาหารประเภทเด็ก พาสต้าอาหารทานเล่นต่างๆ ไว้คอยบริการ ปัจจุบัน ร้านอาหารคิทเซ็น พลัสมีสาขาอยู่ทั้งหมด 32 สาขากระจายอยู่ทั่วประเทศทั้งในศูนย์การค้าไฮเปอร์และสถานบริการน้ำมัน ปตท. โดยยังคงมุ่งมั่นที่จะเติบโตต่อไปอย่างต่อเนื่องทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยเน้นทุกทำเลที่มีศักยภาพ คำนึงต่อการลงทุนครอบคลุมทุกภาคของประเทศไทย พร้อมทั้งพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ ระบบการควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าและบริการ พัฒนาสินค้าและรายการอาหารใหม่ๆ เพื่อให้ทั้งผู้ลงทุนและผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าจะประสบความสำเร็จและได้รับความพึงพอใจสูงสุด

■ ธุรกิจบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์มีอยู่ 3 ประเภท ได้แก่

- [1] บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging)
- [2] บรรจุภัณฑ์ขวดพีอีที (PET Bottle)
- [3] บรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming

[1] บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging)

ผลิตจากฟิล์มพลาสติกหลายชนิดด้วยกระบวนการพิมพ์แบบกราเวียร์ (Rotogravure) และประกบแต่ละชั้นของฟิล์ม (Laminate) เข้าด้วยกัน จนเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น ทนต่อความร้อน - ความดันสูง ป้องกันแสง ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น และอื่นๆตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งสามารถเพิ่มอายุสินค้าบนชั้นวางและห่อหุ้มสินค้าไม่ให้เกิดการเสียหายได้โดยง่าย รวมทั้งป้องกันการปนเปื้อนจากสภาวะแวดล้อมต่างๆ โดยสินค้าหลักของบริษัทแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

1. ซอง เช่น ซองซีล 3 ด้าน (3 Side Seal) ซองตั้งติดซิปล็อค (Standing pouch with Zip) ซองซีลกลาง (Center Seal) ซอง die-cut เป็นรูปร่างต่างๆ พร้อมทั้งติดจุก (Spout) ในตัว
2. ม้วน สำหรับผู้ประกอบการที่มีระบบบรรจุด้วยเครื่องอัตโนมัติ
3. ฉลาก สำหรับขวดน้ำดื่มและเครื่องดื่มต่างๆ
4. ฟิล์ม Top Seal สำหรับปิดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถาดหรือถ้วยชนิดต่างๆ
5. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ลักษณะอื่นๆร่วมกับลูกค้า

โครงสร้างกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯในปี 2563 ได้แก่

- กลุ่มอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) ประมาณ 34%
- กลุ่มขนมขบเคี้ยว (Snack) ประมาณ 18%
- กลุ่มเครื่องปรุงรส (Seasoning) ประมาณ 14%
- กลุ่มเครื่องสำอาง (Cosmetic) ประมาณ 9%
- กลุ่มเบเกอรี่และของหวาน (Bakery & Dessert) ประมาณ 8%
- กลุ่มเภสัชกรรม อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ และสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ อีกประมาณ 17%

บริษัทฯเพิ่มเครื่องจักรผลิตซองซีลกลาง (Center Seal Bag Making Machine) เข้ามาอีก 1 เครื่อง เพื่อเสริมกำลังผลิตเพื่อรองรับงานของซีลกลางที่เพิ่มขึ้น และลดต้นทุนจากการจ้างผู้รับจ้างช่วงเมื่อมีงานของซีลกลางเข้ามาพร้อมกันหลายงาน ส่งผลให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น และลดค่าใช้จ่ายการจ้างผู้รับจ้างช่วงลง

บริษัทฯยังคงเดินหน้าเพิ่มเติมแนวทางลดต้นทุนด้วยวิธีการต่างๆอย่างต่อเนื่อง โดยใช้แนวทาง Kaizen ในการดึงเอาความร่วมมือ และความคิดสร้างสรรค์จากพนักงานในทุกหน่วยงานเข้ามาร่วมช่วยกันคิดหาหนทางปรับปรุงวิธีการผลิต ที่เพิ่มประสิทธิภาพของงาน ลดเวลา ลดการใช้ทรัพยากร เพื่อให้เรามีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

ปัจจุบันมีโครงการต่างๆถูกคิดและทำอย่างต่อเนื่องอยู่กว่า 20 โครงการ โดยโครงการต่างๆมีวัตถุประสงค์หลัก คือ ลดของเสีย ลดข้อผิดพลาด เพิ่มประสิทธิภาพ เพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ ลดการใช้พลังงาน ฯลฯ เพื่อตอบโจทย์การลดต้นทุนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

โดยมีแนวทางต่างๆของโครงการในการลดต้นทุนลงพอสังเขป ดังนี้

a. ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต เช่น

- ปรับปรุงเครื่องจักร อุปกรณ์ เพื่อเพิ่มความเร็วในการผลิต โดยยังคงรักษาคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐาน
- เพิ่มความกว้างในการผลิต เพื่อเพิ่มผลผลิตต่อเวลา
- กำหนด KPI ที่เน้นด้านการลดของเสีย การทำงานให้ได้ตามแผน การเพิ่มผลผลิต รวมถึงปรับปรุงเป้าหมาย KPI ที่ท้าทายขึ้นเมื่อสามารถบรรลุเป้าหมายเดิมได้แล้ว

b. สรรหา/ทดลองวัตถุดิบมีราคาต่ำกว่าเพิ่มขึ้น เช่น

- สรรหา/นำเข้า/ทดลองวัตถุดิบใหม่ๆ
- สั่งซื้อและจัด ทำ stock ในปริมาณสูงขึ้น เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองด้านราคา
- พัฒนาสารละลายสำหรับการพิมพ์ขึ้นใช้เอง ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าการสั่งซื้อสำเร็จรูป

[2] บรรจุภัณฑ์ขวดพีอีที (PET Bottle)

ผลิตจากวัสดุเม็ดพลาสติก Polyethylene Terephthalate Resin (PET) ด้วยกระบวนการ Single stage เพื่อให้ได้ขวดที่ใส ไม่มีรอยขีดข่วน ความหนาสม่ำเสมอ เหมาะสำหรับบรรจุน้ำดื่ม น้ำผลไม้ และสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ โดยมีรูปแบบขวดตามแบบของบริษัท (common mold) และแบบเฉพาะตามความต้องการของลูกค้า

เนื่องจากการผลิตแบบ Single Stage มีค่าใช้จ่ายแม่พิมพ์สูง ไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าในปัจจุบันได้ดีพอ บริษัทฯจึงเพิ่มเครื่องเป่าขวดจาก Pre-form เข้ามา 1 เครื่อง ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายแม่พิมพ์ต่ำกว่า เพื่อรองรับลูกค้าที่ต้องแบบขวดและขนาดที่แตกต่างจากแบบที่เรามีอยู่ เพื่อเพิ่มความสามารถในการรองรับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าขึ้น

หลังจากได้รับการรับรองระบบ GMP (Good Manufacturing Practice) เรียบร้อยแล้ว บริษัทฯได้ตั้งเป้าหมายเพิ่มการรับรองมาตรฐาน BRCIoP (British Retail Consortium / Institute of Packaging) ขึ้นอีกในปีต่อไป เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของสินค้า เสริมสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าเพิ่มขึ้น

[3] บรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Thermoforming

บริษัท พร้อมแพค จำกัด ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกด้วยระบบ Vacuum Forming ที่ขึ้นรูปแผ่นพลาสติก หลากหลายประเภท เช่น PS, PP, PE, PVC, PET, PP-Biodegradable ด้วยความร้อนและอัดขึ้นรูปตามแม่พิมพ์ เพื่อผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์หลายชนิด ได้แก่ ถาด ฝา เป็นต้น โดยกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

ในปีพ.ศ.2563 นี้เป็นปีที่บริษัทฯได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ค่อนข้างมาก เนื่องจากลูกค้ารายหลักส่วนใหญ่อยู่ในธุรกิจ Supermarket และ Restaurant เช่น Tops Supermarket, Minor Group, Fuji Restaurant, นิติยาไถ่ย่าง ต่างได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาดนี้โดยตรงทั้งสิ้น

จากสถานการณ์โรคระบาดดังกล่าว บริษัทฯจึงเพิ่มมาตรการรัดเข็มขัด ลดค่าใช้จ่ายและการลงทุนที่ยังไม่จำเป็นไว้ก่อน ขณะเดียวกันก็มองหาลูกค้าในกลุ่มธุรกิจอื่นๆ เพื่อกระจายความเสี่ยงจากการที่มีลูกค้าหลักอยู่ในกลุ่มที่ให้บริการด้านอาหารเกือบ 100% ทั้ง Supermarket และ Restaurant

กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์ผลิตสินค้าด้วยกระบวนการผลิตที่ได้คุณภาพ มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยได้รับการรับรองระบบการผลิตและคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9001:2008, GMP และ HACCP นอกจากนี้ บริษัทฯยังมุ่งมั่นที่จะพัฒนาขีดความสามารถในการในการผลิต เพื่อคุณภาพของสินค้าที่ดีขึ้นและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของระบบอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องตลอดจนเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

■ ธุรกิจอื่นๆ

1. **ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์** บริษัท เดอะ บรีโอ มอลล์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของ GLOCON ดำเนินธุรกิจบริหารศูนย์การค้าภายใต้ชื่อ The Brio Mall ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนบรมราชชนนีระหว่างแยกไปพุทธมณฑลสาย 4 กับมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา มีทุนจดทะเบียนจำนวน 75 ล้านบาท โดยการบริหารงานจากผู้บริหารของบริษัทไทยเฟลคซีเบิลแพค จำกัด (ที่ GLOCON ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 56.69)
2. **ธุรกิจเทรดดิ้ง** บริษัท โกลคอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นธุรกิจตัวแทนจำหน่าย รวมทั้งพัฒนาสินค้าอุปโภคบริโภค ร่วมกับผู้ผลิตสินค้าทั้งในและต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายในช่องทางจำหน่ายสินค้าร้านสะดวกซื้อ และซูเปอร์มาร์เก็ต ในประเทศ
3. **ธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค** บริษัท ดี แองเจิ้ล โกลบอล จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2562 ดำเนินธุรกิจ Network Marketing ตั้งแต่ปี 2562 และเพิ่มการขายผ่านออนไลน์แพลตฟอร์ม ในปี 2563 โดยเน้นสินค้าเพื่อสุขภาพในกลุ่ม skin care และ supplement

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 การตลาด

■ ธุรกิจอาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมทาน

ปัจจุบันตลาดอาหารแปรรูปแช่แข็ง มีการแข่งขันสูงมาก ทั้งคู่แข่งขันทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งเป็นที่นิยม และมีความสะดวกในการหาซื้อเพื่อรับประทานได้ทันที หรือนำไปแปรรูปต่อก็สามารถทำได้ ทำให้มีคู่แข่งหลายรายเข้ามาในตลาดนี้ ซึ่งยังมีโอกาสสำหรับการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ทำการวางแผนการกระจายตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ประเทศในแถบยุโรป เช่น ประเทศอิตาลี ประเทศสเปน และประเทศเบลเยียม รวมไปถึงประเทศในแถบตะวันออกกลาง เช่น ประเทศคูเวต ประเทศจอร์แดน ประเทศบาร์เรน และประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี โดยสัดส่วนการขายในประเทศ เมื่อเทียบกับต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 85 และร้อยละ 15 ซึ่งปัจจุบัน บริษัทฯ มีการวางกลยุทธ์ในการแข่งขันทั้งในตลาดต่างประเทศ และในประเทศ โดยมีคู่ค้าเชิงกลยุทธ์ (Strategic Partner) เป็นลูกค้าที่มีคำสั่งซื้อ (Order) ที่แน่นอน และ

ต่อเนื่อง เช่นบริษัทคู่ค้าภายในประเทศ ซึ่งเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ในสินค้าปลาน้ำจืดแช่แข็ง ที่มีคำสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่อง และบริษัทคู่ค้าที่ประเทศเยอรมนี ที่เป็นผู้ซื้อสินค้า Value Added Products ที่มีคำสั่งซื้อเข้ามาตลอด รวมไปถึงลูกค้าภายในประเทศที่เป็นลูกค้ารายใหญ่สำหรับสินค้า Ready Meal ที่ได้ร่วมมือกับทางบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ในการพัฒนาสินค้า Ready Meal ร่วมกัน เพื่อให้สินค้าอาหารพร้อมรับประทานที่วางขายในร้านสะดวกซื้อขนาดใหญ่ มีความหลากหลาย และรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่มีเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึง ลูกค้าบริษัทญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าไส้แฮมเบอร์เกอร์กึ่ง และไส้แฮมเบอร์เกอร์ปลา ให้กับทางบริษัทแฮมเบอร์เกอร์จากต่างประเทศขนาดใหญ่ ก็มีคำสั่งซื้อสินค้ากึ่งแปรรูปแช่แข็งจากทาง บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด เข้ามาตลอดทั้งปีเช่นกัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงตำแหน่งทางการตลาดของบริษัทที่มีความแข็งแกร่ง มีคำสั่งซื้อในมือสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง และยังสามารถขยายฐานการตลาดของสินค้าต่างๆ ได้ในระยะยาว

และนอกจากนี้ บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ได้ดำเนินการวางกลยุทธ์ การขยายตลาดภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยเพิ่มช่องทางการขายทาง Chained Restaurant ขนาดใหญ่ และ Hypermarket ขนาดใหญ่ โดยมีคำสั่งซื้อสินค้าเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้ยอดขายของทางบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด มีการเติบโตเพิ่มมากขึ้น

■ ธุรกิจผลไม้อบแห้ง

บริษัท ฟรุ๊ตตี้ดราย จำกัด ผลิตและจำหน่ายสินค้า มะม่วง สับปะรด มะละกอ แคนตาลูป ฯลฯ ประเภท Standard sugar, Extra low sugar และ Free sugar โดยส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ผ่านผู้จำหน่าย หรือตัวแทนจำหน่าย ที่มีการกระจายสินค้าไปยังประเทศต่างๆ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และยุโรป เช่น รัสเซีย ยูเครน อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน สเปน รวมทั้ง ตะวันออกกลาง ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทฯ ได้เน้นการสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบพันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic partner) กับลูกค้ารายหลักที่มีคำสั่งซื้อต่อเนื่อง และมีปริมาณการสั่งซื้อที่แน่นอน

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เน้นการเพิ่มการขายไปยังตลาด/ประเทศที่ยังไม่มีการส่งออก รวมทั้งช่องทางการจำหน่ายที่ยังไม่มีในตลาด/ประเทศต่างๆ โดยการหาผู้จำหน่าย หรือตัวแทนจำหน่าย เพิ่มอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการเพิ่มการขายในประเทศ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าร่วมกับบริษัทในกลุ่ม GLOCON เพื่อจำหน่ายในช่องทางร้านสะดวกซื้อในประเทศ

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

1. **ร้านอาหารบริการด่วน - เอ แอนด์ ดับบลิว (A&W)** ธุรกิจร้านอาหาร A&W ในปีที่ผ่านมาได้มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในเรื่องการให้บริการ สถานที่ตั้งสาขา พัฒนาเมนูอาหารที่ตามเทรนด์และเหมาะกับผู้บริโภคคนไทย และยังมีการเพิ่มช่องทางการขายโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

- การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการเปิดให้บริการสาขาใหม่

ในปี 2563 เนื่องจากมีผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 จากมาตรการของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีคำสั่งปิดสถานประกอบการร้านอาหาร และให้ขายได้เฉพาะซื้อกลับบ้าน ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2563 ทำให้ร้านอาหารที่ต้องปิดการขายช่วงเวลาดังกล่าวคือ A&W โบทะ ซึ่งในไตรมาส 3 ปี 2563 ได้กลับมาเปิดให้บริการได้ทุกสาขา

A&W ได้ปรับกลยุทธ์ในการเลือกสถานที่ตั้งร้านค้าตามร้านสะดวกซื้อรายใหญ่ โดยคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าเป็นสำคัญ จากเดิมที่ร้าน A&W เปิดให้บริการอยู่ตามปั้มน้ำมันเป็นส่วนใหญ่

ซึ่งจากการปรับกลยุทธ์เรื่องสถานที่ตั้งร้านดังกล่าวมานี้ทำให้แบรนด์สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งลูกค้ากลุ่มดังกล่าวถือเป็นกลุ่มลูกค้าใหม่สำหรับแบรนด์ A&W อีกด้วย นอกจากนี้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เรื่องการขยายการเปิดร้านไปในที่ต่างๆแล้ว ทางแบรนด์ A&W ได้มีการปรับโฉมรูปแบบร้านให้ดูเหมาะสมกับสถานที่ตั้งร้าน และกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมากขึ้น เช่นมีการเปิดตัวร้านใหม่ใหม่ที่ร้าน 7-11 นวมินทร์ ซอย 3 (ABAC Bangna) จากการปรับโฉมร้านใหม่ทำให้มีกระแสการตอบรับและมีการแชร์ลงสื่อโซเชียลเป็นที่น่าสนใจ

- การสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายและสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้า

ในปี 2563 แบรนด์ A&W มีการพัฒนาเมนูอาหารใหม่เพื่อเพิ่มความหลากหลาย สร้างความแปลกใหม่เพื่อสนองตอบความต้องการในการบริโภคอาหารที่มีรสชาติอร่อยและมีความหลากหลายให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การทำกิจกรรมการตลาดต่างๆ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ที่เป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าในทุกๆ กลุ่ม ทั้งกลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มคนทำงาน และกลุ่มครอบครัว อีกทั้งยังได้พัฒนาสูตรข้าวใหม่ๆ และ นำสินค้าอื่นๆเข้ามาขายเพิ่มเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความหลากหลายของเมนูร้าน A&W และทานได้บ่อยๆ โดยไม่ซ้ำเมนู และด้วยจุดเด่นเรื่องนี้เองทำให้ร้าน A&W มีลูกค้าประจำ และมีการบอกต่อถึงคุณภาพและรสชาติของอาหารที่หลากหลายเพิ่มจำนวนลูกค้าได้มากขึ้น

- การทำโปรโมชันร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายฐานลูกค้าและสร้างการรับรู้ใน Brand A&W ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

เนื่องจากแบรนด์ A&W เล็งเห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ดังนั้นในปี 2561 จึงได้เริ่มนำแบรนด์ A&W เข้าไปอยู่ในช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์โดยเริ่มต้นจาก Application GRABFOOD คือ Application ที่ให้บริการส่งอาหารจากร้านอาหารโดยได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคในสังคมยุคดิจิทัลเป็นอย่างมาก ซึ่งจากการเพิ่มช่องทางการขายไปยัง Application ดังกล่าว ทำให้ร้าน A&W มีกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

- การทำโปรโมชันราคาพิเศษและคูปอง โดยการเลือกสรรเมนูที่ได้รับความนิยม มีคุณภาพและคุ้มค่า มาอยู่ในชุดเมนูต่างๆ
- การรับชำระเงินในรูปแบบไร้เงินสด หรือดิจิทัล ผ่านช่องทางต่างๆ
- การสร้างคุณค่า ประสบการณ์ที่ดีและน่าจดจำให้กับผู้บริโภค ด้วยคุณภาพของวัตถุดิบ ขั้นตอนการปรุงอาหารที่ได้มาตรฐาน และการบริการ

2. **ร้านอาหารคิทเชน พลัส** กลุ่มบริษัท GLOCON เข้าซื้อสินทรัพย์และสิทธิในการบริหารจัดการแฟรนไชส์ร้านอาหารคิทเชน พลัส และ ในปี 2563 เนื่องจากมีผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 จากมาตรการของผู้ว่าราชการ

กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีมติสั่งปิดสถานประกอบการร้านอาหาร และให้ขายได้เฉพาะซื้อกลับบ้าน ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2563 ร้านอาหารคิทเชน พลัสที่อยู่ในไฮมโปรทั้งหมด ซึ่งในไตรมาส 3 ปี 2563 ได้กลับมาเปิดให้บริการได้ทุกสาขา อีกทั้งได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์ โดยเริ่มต้นจาก Application GRABFOOD คือ Application ที่ให้บริการส่งอาหารจากร้านอาหารโดยได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคในสังคมยุคดิจิทัลเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังจะพัฒนาระบบการบริหารจัดการระบบ Franchisee ตลอดจนพัฒนาร้านต้นแบบขึ้นเพื่อเป็นมาตรฐานในการบริหารจัดการ

■ ธุรกิจบรรจุภัณฑ์

หน่วยธุรกิจทั้ง 3 มีวิธีการทำการตลาดที่ใกล้เคียงกัน คือ เน้นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ราคาต้องแข่งขันได้ในตลาด เน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย วิจัยและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้ากับบริษัท เป็นต้น

แนวทางหลักคือการรักษาสถานลูกค้าเดิมให้ดี ทำให้ลูกค้านึกถึงเราเสมอเมื่อต้องการออกสินค้าใหม่ และเตรียมความพร้อมที่จะเติบโตไปพร้อมกับลูกค้าได้เมื่อโอกาสมาถึง

[1] บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัว (Plastic Flexible Packaging)

นอกจากการรักษาและเติบโตไปพร้อมกับลูกค้าในกลุ่มธุรกิจเดิมแล้ว ในปี 2563 เพิ่มเติมนวัตกรรมตลาดในกลุ่มธุรกิจใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น กลุ่มเครื่องสำอาง ซึ่งตลาดมีการตอบสนองที่ดี มียอดขายเข้ามาเป็นอันดับ 4 รองจากกลุ่มอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) ขนมขบเคี้ยว (Snack) เครื่องปรุง (Seasoning) ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจหลักที่เราทำตลาดอยู่เดิม

ช่วงไตรมาสที่ 4 เราเริ่มพัฒนาตลาดเข้าไปในกลุ่มธุรกิจอื่นอีก เช่น ธุรกิจอุปกรณ์ Hardware หรืออุปกรณ์สุขภาพสำหรับที่พักอาศัย ของใส่ชุดชั้นในสำหรับหญิงตั้งครรภ์ เป็นต้น

[2] บรรจุภัณฑ์ขวดพรีซี (PET Bottle - Blow Molding)

เริ่มพัฒนาตลาดเข้าไปในกลุ่มลูกค้าที่ต้องการขวดที่มีขนาด รูปทรงที่แตกต่าง และมีความต้องการใช้งานมากเพียงพอ เป็นลูกค้าในกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มอื่นๆ เช่น น้ำผลไม้ ชา กาแฟ เป็นต้น

[3] บรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Thermoforming

จากการที่กลุ่มธุรกิจของลูกค้ารายหลักได้รับผลกระทบจาก COVID-19 นั้น บริษัท พร้อมแพค จำกัดต้องเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพื่อนำเสนอสินค้าเข้าสู่ลูกค้าในกลุ่มธุรกิจอื่นเพิ่มเติมในลักษณะของการซื้อมาขายไป

การหาสินค้าอื่นมานำเสนอต่อโดยเพิ่มสัดส่วนการขายจากการซื้อมาขายไปนั้น อาจไม่ได้สร้างผลกำไรได้มากนัก แต่เป็นการช่วยพยุงรายได้ไม่ให้ตกต่ำมากเกินไปในภาวะที่ลูกค้าได้รับผลกระทบเช่นนี้ ขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาการบริการที่ดีเสมอต้นเสมอปลายกับลูกค้าหลัก เพื่อร่วมกันผ่านวิกฤตโรคระบาดครั้งนี้ไปด้วยกัน ทั้งนี้ลูกค้าหลักเริ่มมีสัญญาณปรับตัวดีขึ้นในเดือนสุดท้ายของปี 2563

■ ธุรกิจอื่น ๆ

1. **ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์** บริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มครอบครัวเป็นลูกค้าหลักที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ของคอมมูนิตีมอลล์ บริษัท จึงได้มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับเด็กและครอบครัวอย่างสม่ำเสมอ ขณะเดียวกันได้เพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่ขอบอกกำลังกาย โดยจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการออกกำลังกายภายใต้แนวคิด สุขภาพดีเริ่มต้นที่บริโอ เป็นประจำทุกสัปดาห์ อาทิ เต้นลีลาศ เต้นซุมบ้า ชกมวยไทย เป็นต้น เนื่องจากบริเวณโดยรอบมีสถานศึกษาและหมู่บ้านอยู่มาก รวมถึงแนวทางการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนในปัจจุบันมีความสนใจในการออกกำลังกายเพิ่มมากขึ้น
2. **ธุรกิจเทรคดิง** บริษัท โกลคอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ได้พัฒนาสินค้าอุปโภค บริโภค ร่วมกับผู้ผลิตสินค้า เพื่อจำหน่ายในช่องทางร้านสะดวกซื้อ ได้แก่การพัฒนาสินค้าผลไม้บับแห้งที่ทันสมัยเน้นคุณค่าทางโภชนาการ ได้แก่ วิตามินซีสูงร่วมกับร้านสะดวกซื้อรายใหญ่ของประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มการจำหน่ายสินค้าในประเทศให้กับบริษัทในกลุ่ม GLOCON
3. **ธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค** บริษัท ดี แองเจิ้ล โกลบอล จำกัด ได้เพิ่มการจำหน่ายสินค้าผ่านออนไลน์แพลตฟอร์ม

2.2.2 สภาพการแข่งขัน

■ ธุรกิจอาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมทาน

ปัจจุบันตลาดอาหารแปรรูปแช่แข็ง มีการแข่งขันสูงมาก ทั้งคู่แข่งทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งเป็นที่นิยม และมีความสะดวกในการหาซื้อเพื่อรับประทานได้ทันที หรือเพื่อนำไปแปรรูปต่อก็สามารถทำได้ ทำให้มีคู่แข่งหลายรายเข้ามาในตลาดนี้ ซึ่งยังมีโอกาสสำหรับการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

■ ธุรกิจผลไม้บับแห้ง

ธุรกิจผลไม้บับแห้ง มีการแข่งขันจากสินค้าประเภทเดียวกันจากผู้ผลิตในประเทศ และจากผลไม้บับแห้งประเภทอื่นๆ จากผู้ผลิตในประเทศ บริษัทจึงได้เน้นการควบคุมต้นทุน และคุณภาพให้สามารถแข่งขันได้ รวมทั้งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับลูกค้ารายหลักในการรักษาตลาดเดิม และการเพิ่มการขายไปยังประเทศอื่นๆ

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

1. **ร้านอาหารบริการด่วน - เอ แอนด์ ดับเบิลยู (A&W)** ในธุรกิจร้านอาหาร A&W นั้นอยู่ในตลาด QSR ซึ่งมีมูลค่าตลาดในประเทศไทยมากกว่า 35,000 ล้านบาท และมีอัตราเติบโตมากกว่า 5% ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา เพราะยังคงเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่ต้องการอาหารที่มีมาตรฐานคงที่ ปลอดภัย ในราคาที่เข้าถึงได้ ผู้บริโภคในประเทศไทยยังคงนิยมทานอาหารใน QSR และนิยมสั่งอาหารเป็นชุดเซตต่างๆ (Combo Set) กลุ่มลูกค้าหลักคือกลุ่มครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ซึ่งบริษัทได้มีการปรับเมนู โดยเน้นชุดเซตต่างๆมากขึ้น รวมถึงการทำโปรโมชันสำหรับชุดเซตอย่างสม่ำเสมอ โดยนำเมนูอาหารที่เป็นจุดแข็ง หรือเมนูเฉพาะ (Unique) เช่น รูทเบียร์ และวาฟเฟิล มาอยู่ในชุดเซตต่างๆ นอกจากนี้เราได้ทำการตลาดในเชิงออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น เพื่อเพิ่มการสื่อสารและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นเข้าไปในร้านสะดวกซื้อขนาดใหญ่

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาเมนูใหม่ๆ โดยเน้นรสชาติใหม่ๆของเมนูที่ได้รับความนิยม เช่น เบอร์เกอร์ วาฟเฟิล ไก่ทอด เมนูข้าว โดยเน้นรสชาติไทยๆเพื่อให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าในประเทศ อย่างไรก็ตามบริษัทจะมุ่งเน้นการพัฒนาเมนูใหม่ๆให้มีความหลากหลายเพื่อเพิ่มประสบการณ์ใหม่ๆให้กับลูกค้าประจำ และกระตุ้นให้เกิดการทดลองจากลูกค้าใหม่ๆ

2. **ร้านอาหารคิทเชน พลัส** สภาวะการแข่งขันในปัจจุบันของธุรกิจร้านอาหารมีผู้ประกอบการร้านอาหารเพิ่มมากขึ้นเป็นผลจากการขยายสาขาของห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ด้วยการเพิ่มสัดส่วนพื้นที่ร้านอาหารเป็นการเปิดพื้นที่สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ทั้งในแบบ chain ร้านอาหาร ผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อยทั่วไป โดยการเริ่มต้นธุรกิจหรือขยายสาขาของผู้ประกอบการร้านอาหารรายย่อยทั่วไปเป็นการเพิ่มทางเลือกในการรับประทานอาหารในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ให้มีความหลากหลายมากขึ้น จากเดิมที่ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการกลุ่ม chain ร้านอาหารเป็นหลัก จึงส่งผลต่อเนื่องให้เกิดการแข่งขันระหว่างร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เป็นไปอย่างรุนแรงมากขึ้น นอกจากนั้นแล้วการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารที่เพิ่มสูงขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการผลักดันของต้นทุนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ค่าเช่าพื้นที่ในทำเลศักยภาพและต้นทุนค่าแรงที่ส่งผลให้ร้านอาหารต้องตั้งราคาอาหารในระดับสูงเพื่อให้สามารถครอบคลุมภาระต้นทุนต่างๆ ที่เพิ่มสูงขึ้น

■ **ธุรกิจบรรจุภัณฑ์**

แม้ว่าฐานลูกค้าจะอยู่ในอุตสาหกรรมที่ไม่ผันผวนมากนักเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตต่อเนื่องทุกปี ประกอบกับปัจจุบันต้นทุนค่าเครื่องจักรต่ำลงมาก เทคโนโลยีการผลิตที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้น จึงมีผู้สนใจก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งรายได้ที่เพิ่มกำลังการผลิตขึ้นอีก ส่งผลให้การแข่งขันด้านการตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติกยังมีแนวโน้มแข่งขันรุนแรงเพิ่มขึ้น

จากการที่มีผู้เล่นเพิ่มมากขึ้นจึงหนีไม่พ้นภาวะสงครามราคา ซึ่งส่งผลให้การทำกำไรยากขึ้น บริษัทจึงต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ประสิทธิภาพการผลิตอย่างต่อเนื่อง สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในธุรกิจ ขณะเดียวกันก็ต้องทำตลาดที่หลากหลายเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างความสามารถในการทำกำไรให้มากขึ้นและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

สำหรับบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอ่อนตัว (Flexible Packaging) นั้นตลาดหลักมาจากอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน ขนมขบเคี้ยว เครื่องปรุงอาหาร เครื่องสำอาง และสินค้าอุปโภค เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความผันผวนไม่มาก แม้ในสถานการณ์โรคระบาด เนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำรงชีพของผู้บริโภคสูง

สำหรับขวด PET นั้นมีตลาดน้ำดื่มเป็นตลาดหลักซึ่งมีการเติบโตขึ้น สถานการณ์โรคระบาดส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ส่วนหนึ่งเนื่องจากการเดินทางที่ลดลง ส่งผลให้การจำหน่ายจ่ายแจกน้ำดื่มตามสถานีจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิงลดลงมากในช่วงครึ่งปีแรก และกลับฟื้นตัวขึ้นมาบ้างในช่วงครึ่งปีหลัง

สำหรับตลาดพลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Thermoforming นั้นมีการแข่งขันที่สูงกว่าเดิมอย่างชัดเจน ทั้งจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกัน และจากผู้ประกอบการบรรจุนวัตกรรมชนิดอื่น ประกอบกับการที่กลุ่มลูกค้าได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาด ยิ่งกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น

■ ธุรกิจอื่นๆ

1. **ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์** บริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นมาเพื่อรองรับการดำเนินชีวิตของคนในรัศมีไม่เกิน 10 กิโลเมตร ซึ่งบริเวณที่ตั้งโดยรอบคอมมูนิตีมอลล์ของบริษัท ยังไม่มีคู่แข่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน จะมีแต่คู่แข่งโดยอ้อมซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และกลุ่มดิสเคาท์สไตร์
2. **ธุรกิจเทรดดิ้ง** มีการแข่งขันสูงในการนำเสนอสินค้าใหม่ๆ เพื่อจำหน่ายในช่องทางจำหน่ายต่างๆ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้เน้นการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ที่ตรงตามความต้องการของตลาด ด้วยต้นทุน และราคาที่เหมาะสม เมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน
3. **ธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค** สินค้าที่บริษัทนำมาจำหน่ายมีชนิดและประเภทของการใช้งานที่แตกต่างกัน และมี คู่แข่งขันที่มากมายหลากหลาย แต่จากคุณภาพและคุณลักษณะพิเศษเฉพาะ ทำให้สินค้าของบริษัทยากต่อการลอกเลียนแบบและเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้แก่ผู้บริโภคได้

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

■ ธุรกิจอาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมทาน

บริษัทมีการจัดหาวัตถุดิบจากคู่ค้าที่มีความเชี่ยวชาญและมีมาตรฐานสำหรับวัตถุดิบนั้นๆ และมีปริมาณมาก สามารถจัดส่งวัตถุดิบได้อย่างต่อเนื่อง และไม่ขาดช่วง เพื่อรองรับต่อคำสั่งซื้อของบริษัท ที่มีเข้ามาอย่างต่อเนื่อง วัตถุดิบที่สำคัญได้แก่

- **วัตถุดิบกุ้ง** ทางบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ได้ร่วมมือกับทางบริษัทผลิตกุ้งแปรรูปเบื้องต้น ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดซื้อ และจัดหากุ้งสดแปรรูป ได้อย่างต่อเนื่อง ในราคาที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนคำสั่งซื้อจากทางลูกค้าที่มีเข้ามาอย่างมาก ซึ่งทางบริษัทดังกล่าวนี้ ยังเป็นสมาชิกสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย และได้รับรองมาตรฐาน GMP และ HACCP ตามมาตรฐานการผลิตอาหารที่ดี และถูกสุขลักษณะ
- **วัตถุดิบปลาน้ำจืด** ทางบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด มีคู่ค้าสำหรับการจัดหาวัตถุดิบปลาน้ำจืด หลายราย ซึ่งเป็นบริษัทจัดหาปลาน้ำจืดรายใหญ่ที่สุดในภาคกลางของประเทศไทย มีปริมาณวัตถุดิบปลาจำนวนมากในแต่ละวัน และมีประเภทของปลาที่หลากหลาย สามารถรองรับประเภทของปลาต่างๆ ในแต่ละคำสั่งซื้อได้ นอกจากนี้ยังมีแพปลาสดขนาดใหญ่ที่เป็นพันธมิตรกับทางบริษัทฯ ซึ่งเป็นแพปลาขนาดใหญ่ที่สุดในตลาดปลาลงสี จังหวัดปทุมธานี เป็นต้น

- **วัตถุดิบผัก** บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด มีการจัดหาวัตถุดิบผักตัดแต่งจากบริษัทที่จำหน่ายผักสด และผักตัดแต่งต่างๆ จากหลากหลายที่ และเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่สามารถสนับสนุนวัตถุดิบให้แก่ทางบริษัทฯ ได้อย่างต่อเนื่อง และนอกจากนี้ยังมีการจัดหาวัตถุดิบผักสดเข้ามาเพื่อแปรรูป และผลิตให้กับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ เช่น ลูกค้าจากประเทศเยอรมนี โดยจัดหาโดยตรงจากฟาร์มผักของเกษตรกรโดยตรงด้วย เพื่อให้ได้ผักที่สด ใหม่ คุณภาพดี เพื่อส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้า
- **วัตถุดิบอื่น** ทางบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ดำเนินการจัดซื้อจัดหา วัตถุดิบอื่น เช่น ข้าวสาร หรือเส้นบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป จากผู้ขายที่เป็นบริษัทที่ได้รับรองมาตรฐานคุณภาพการผลิต และสามารถขายวัตถุดิบให้กับทางบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทางบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด สามารถผลิต และส่งมอบสินค้าให้กับทางลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ ต่อไป

■ **ธุรกิจผลไม้แช่แข็ง**

บริษัทได้มีการจัดหาวัตถุดิบจากผู้รวบรวมวัตถุดิบที่มีความชำนาญ และมีมาตรฐาน รวมทั้งมีปริมาณตามความต้องการของบริษัทฯ เช่น ผลไม้หลัก ได้แก่ มะม่วง, สับปะรด และมะละกอ โดยควบคุมราคา ตามราคาตลาด และใช้กลยุทธ์การปรับลดราคา กรณีที่มีปริมาณการซื้อที่มากขึ้น รวมทั้งการทำสัญญาซื้อขายในกรณีที่ต้องการควบคุมปริมาณและราคาตามระยะเวลาที่บริษัทฯ ต้องการ และได้กำหนดมาตรฐานในการรับวัตถุดิบให้เป็นไปตามมาตรฐานสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้า

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ร่วมกับผู้รวบรวมวัตถุดิบในการพัฒนาแหล่งเพาะปลูกต่างๆ ให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เน้นสินค้าที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

■ **ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม**

1. **ร้านอาหารบริการด่วน - เอ แอนด์ ดับบลิว (A&W)**

A&W มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากในประเทศ และต่างประเทศ วัตถุดิบหลัก เช่น เนื้อสัตว์ ไข่ แป้ง เคอร์รี่ฟรายส์ ซอส ไอศกรีม เป็นต้น โดยเน้นการสั่งซื้อตามประมาณการยอดขาย และโปรโมชั่น เพื่อให้มีปริมาณวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการ นอกจากนี้ยังมีการประมาณการปริมาณวัตถุดิบล่วงหน้าเพื่อให้มั่นใจว่าจะมีวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งสามารถซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่เหมาะสมเนื่องจากการมีปริมาณการสั่งซื้อที่มากขึ้น

นอกจากนี้ยังได้ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ร่วมกับพันธมิตรทางการค้าที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน เพื่อให้มีวัตถุดิบที่หลากหลาย รวมทั้งการลดต้นทุนในวัตถุดิบหลักเช่นเดียวกัน

สำหรับเครื่องมือในการทำอาหารและเครื่องดื่มนั้น ส่วนใหญ่จะมาจากการซื้อในประเทศ แต่มีอุปกรณ์ เครื่องมือบางชนิดต้องนำเข้าจากต่างประเทศตามความเฉพาะเจาะจงในการผลิต

2. ร้านอาหารคิทเชน พลัส

ร้านอาหารคิทเชน พลัส มีการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบประจำท้องที่เพื่อให้วัตถุดิบมีความสดใหม่ อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน

■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

บริษัทมีความสามารถในการผลิต 3 ผลิตภัณฑ์ ซึ่ง ณ ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานอยู่ 2 แห่งซึ่งมีการผลิตดังนี้

โรงงาน แสมดำ	ผลิตบรรจุภัณฑ์แบบอ่อนและ ขวด PET
โรงงาน พร้อมแพค	ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยความร้อน (Thermoforming)

บริษัทยังคงเน้นหนักนโยบายการสรรหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง คัดเลือกทดสอบทดลองให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพตามมาตรฐาน ในราคาที่สมเหตุสมผล

ในช่วงปี 2563 ที่ผ่านมาบริษัทพัฒนาการสรรหาวัตถุดิบได้ก้าวหน้าไปค่อนข้างมาก สามารถต้นทุนลดลงได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานที่ดีต่อไปในปี 2564 และปีต่อไป

■ ธุรกิจอื่น ๆ

1. **ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์** ศูนย์การค้าชุมชนหรือคอมมูนิตีมอลล์ การจัดซื้อจัดจ้างทั่วไป จะเน้นผู้ค้าที่อยู่ในละแวกใกล้กับคอมมูนิตีมอลล์เป็นหลักไว้ก่อน ส่วนการจัดซื้อจัดจ้างที่ต้องอาศัยประสบการณ์ หรือ ความชำนาญเป็นพิเศษจะเป็นไปในวงกว้างโดยมีการเปรียบเทียบราคาอย่างน้อย 3 รายขึ้นไป
2. **ธุรกิจเทรดดิ้ง** บริษัทมีการจัดหาสินค้าจากผู้ผลิตทั้งในและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นผู้ผลิตที่มีมาตรฐาน และระบบคุณภาพตามมาตรฐานสากล รวมทั้งมีความชำนาญในสินค้านั้นๆ
3. **ธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค** บริษัทจัดหาสินค้าจากผู้ผลิตหลายรายจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยจะศึกษาและพิจารณาถึงคุณภาพของตัวสินค้าและการเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั่วไป ชี้วัดความสามารถในการผลิต ข้อมูลด้านการตลาด ตลอดจนข้อมูลด้านอื่นๆ ของผู้ผลิตสินค้าตามหลักเกณฑ์ของการเป็นคู่ค้าที่ดี (Good Supplier Selection Program) เช่น การสนับสนุนด้านการตลาด การขนส่งและการกระจายสินค้า และการสนับสนุนด้านวิทยากรฝึกอบรม เป็นต้น ควบคู่ไปกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทมีความมั่นใจได้ว่าบริษัทจะไม่มีปัญหาขาดแคลนสินค้าที่จะนำมาจำหน่าย

2.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต

■ ธุรกิจอาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมทาน

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด มีการผลิตสินค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยน้ำเสียจากกระบวนการผลิตจากการผลิตสินค้าต่างๆ จะเข้าสู่การบำบัดตามมาตรฐานของระบบคุณภาพสากล เช่น GMP, HACCP และ BRC ก่อนปล่อยเข้าสู่ท่อน้ำทิ้งต่อไป ซึ่งทำให้แน่ใจได้ว่าของเสียที่ถูกปล่อยออกมาจะไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงชุมชนที่อยู่โดยรอบโรงงานอย่างแน่นอน

■ ธุรกิจผลไม้อบแห้ง

บริษัท ฟรุ๊ตตี้ดราย จำกัด ได้ดำเนินการผลิตสินค้าตามมาตรฐานอุตสาหกรรม และระบบคุณภาพ GMP, HACCP และ BRC ที่บริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบ รวมทั้งการตรวจประเมินจากคู่ค้าในประเทศต่างๆ ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการรักษาสังแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนที่อยู่ใกล้โรงงาน

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ในส่วนธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มนั้นผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การควบคุมของเสียจากการผลิตและการเก็บรักษา แต่เนื่องจากอาหารส่วนใหญ่จะเป็นอาหารที่ปรุงเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น เพราะเป็นข้อกำหนดในการให้บริการของร้านอาหาร ซึ่งหากมีการปรุงทิ้งไว้ อาจทำให้คุณภาพของอาหารลดลงได้ ดังนั้น จึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องอาหารเสีย น้อยมาก และอยู่ในระดับที่ควบคุมได้ ส่วนการเก็บรักษาจะมีระบบการนำมาใช้ตามหลัก First in First out (FIFO) รวมทั้งมีการประมาณปริมาณการสั่งซื้อและการใช้วัตถุดิบให้เหมาะสมกับยอดขายเพื่อควบคุมให้มีวัตถุดิบต่างๆ ในปริมาณที่เหมาะสมและป้องกันปัญหาวัตถุดิบคงค้างหมดอายุ

■ ธุรกิจบรรจุภัณฑ์

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทส่วนใหญ่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค บริษัทจึงคัดเลือกวัตถุดิบที่สามารถสัมผัสอาหารได้โดยตรง โดยไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ บริษัทคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงคัดสรรวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค และมีกระบวนการในการจำกัดเศษสารเคมีที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น หมึกพิมพ์ และ สารละลายต่างๆ อย่างถูกต้อง โดยการจ้างบริษัทผู้ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องตามกฎหมายนำไปรีไซเคิลหรือกำจัดอย่างถูกวิธี

แม้ว่าการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกจะถูกรณรงค์มากขึ้น แต่การใช้งานจริงในหลากหลายอุตสาหกรรมยังคงมีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากยังไม่มีวัสดุอื่นที่มีความสามารถในการป้องกันการปนเปื้อน ปกป้องสินค้าที่อยู่ภายใน และมีต้นทุนที่เหมาะสมขึ้นมามากทดแทน แต่เพื่อตอบสนองต่อการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงพยายามเลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถรีไซเคิลได้ในการผลิต ขณะเดียวกันก็ศึกษาอย่างต่อเนื่องถึงการใชพลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้ โดยที่ยังคงให้คุณสมบัติในการป้องกันที่เพียงพอในราคาที่เหมาะสมเพื่อเป็นแนวทางสำหรับบรรจุภัณฑ์พลาสติกอนาคต

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทได้มีนโยบายในทุกหน่วยงานประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งในส่วนโรงงานที่เน้นย้ำเรื่องการควบคุมวัสดุสิ้นเปลืองหรือการรีไซเคิลวัสดุต่างๆ รวมถึงการควบคุมการใช้อุปกรณ์ภายในอาคารสำนักงานด้วย

■ **ธุรกิจอื่น ๆ**

1. **ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์** ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์นั้น เป็นธุรกิจที่มีระยะจำนวนมาก และความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ นอกเหนือจากความหลากหลายของร้านค้าภายในคอมมูนิตีมอลล์ บริษัทจึงให้ความสำคัญในการดูแลรักษาความสะอาด มีจุดรวมขยะสำหรับร้านค้าผู้เช่า ร่วมกันรณรงค์คัดแยกขยะเพื่อนำไปทำลายอย่างถูกวิธี สำหรับร้านอาหารที่มาเปิดทุกร้านจะต้องมีถังบำบัดน้ำเสียภายในร้านก่อนที่จะปล่อยไปสู่ระบบบำบัดน้ำของคอมมูนิตีมอลล์ และบริษัทได้ลงทุนทำระบบบำบัดน้ำเสียที่ได้มาตรฐานในการบำบัดน้ำเสียจากทุกส่วนของคอมมูนิตีมอลล์ก่อนที่จะปล่อยลงสู่ลำรางสาธารณะเพื่อรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้เหมาะสม
2. **ธุรกิจเทรดดิ้ง** บริษัทมุ่งเน้นการจัดหาสินค้าจากผู้ผลิตที่มีระบบคุณภาพตามมาตรฐานอุตสาหกรรม รวมทั้งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
3. **ธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค** บริษัทมุ่งเน้นการจัดหาสินค้าจากผู้ผลิตที่มีระบบคุณภาพตามมาตรฐานอุตสาหกรรม รวมทั้งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบเฉพาะงานโครงการหรือชิ้นงานที่มีมูลค่าสูง และใช้เวลาในการส่งมอบงาน

-ไม่มี-

3. **ปัจจัยความเสี่ยง**

■ **ธุรกิจอาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมทาน**

ความเสี่ยงหลักเป็นในเรื่องของการขาดแคลนวัตถุดิบในบางช่วงเวลา เช่นวัตถุดิบกุ้ง จะมีปริมาณน้อยในช่วงฤดูหนาว เนื่องจากทางเกษตรกรรมกุ้งบางรายจะมีการตากบ่อกุ้งเพื่อฆ่าเชื้อโรคต่างๆในบ่อกุ้ง และเป็นการทำความสะอาดบ่อกุ้งด้วย ทางบริษัท ได้มีการร่วมมือกับทางผู้จัดหาวัตถุดิบรายใหญ่หลายราย ที่สามารถจัดหาวัตถุดิบกุ้งได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ เพื่อสนับสนุนคำสั่งซื้อที่มีเข้ามาอย่างต่อเนื่อง เช่นคำสั่งซื้อสินค้ากุ้งแปรรูปที่มีเข้ามาตลอดทุกเดือน และสามารถจัดส่งสินค้าให้กับทางลูกค้าได้ตรงตามเวลา

และนอกจากนี้ปัจจัยเรื่อง COVID-19 ยังคงเป็นปัญหาในเรื่องของตลาดส่งออกต่างประเทศ เนื่องจากลูกค้าในหลายประเทศยังคงมีคำสั่งซื้อที่ลดลงอันเนื่องมาจากปัญหา Locked Down ทำให้ความต้องการสินค้าของลูกค้ายังไม่เพิ่มขึ้น ทางบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด จึงได้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการขยายตลาดในประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อทดแทนตลาดส่งออกที่ลดลง และบริษัทฯ ยังสามารถมีอัตราการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

■ **ธุรกิจผลไม้แช่แข็ง**

1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของปริมาณและราคาวัตถุดิบ เนื่องจากบริษัทใช้ผลไม้สด เช่น มะม่วง มะละกอ สับปะรด เป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าของบริษัท ซึ่งเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่เปลี่ยนแปลงทั้งด้านปริมาณและราคาตามผลผลิตที่ได้ในแต่ละฤดูกาล ซึ่งมีความไม่แน่นอนจากปัจจัยสภาพอากาศ ภัยธรรมชาติ บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากดังกล่าวจึงได้มีการบริหารความเสี่ยง ด้วยการทำประมาณการขาย (Rolling forecast) ร่วมกับลูกค้ารายหลักและทำ

การจัดเตรียมวัตถุดิบล่วงหน้าร่วมกับผู้รวบรวมวัตถุดิบ รวมทั้งหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อความต้องการ ในราคาที่เหมาะสมกับโครงสร้างต้นทุน ราคา และนโยบายการขายของบริษัท

3. ความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริษัทใช้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐในการซื้อขายสินค้ากับลูกค้ารายต่างๆ ของบริษัท ซึ่งบริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จึงได้มีนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว ด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับธนาคาร รวมทั้งการติดตามและประเมินสถานการณ์ แนวโน้ม อัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

1. ร้านอาหารบริการด่วน - เอ แอนด์ ดับบลิว (A&W)

ในปัจจุบันธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีการแข่งขันสูงอย่างต่อเนื่องมาหลายปี รวมทั้งมีการปรับตัวในหลาย ๆ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการแข่งขันและอยู่รอดได้ ทั้งนี้ความเสี่ยงในธุรกิจอาหารที่ได้จัดทำไว้ในปี 2560 นั้นยังคงเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญต่อเนื่องถึงปัจจุบัน และยังคงต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยมีหัวข้อหลักดังนี้

- ด้านพื้นที่ขายหรือการเปิดสาขา การลงทุนในการเปิดสาขาใหม่
- ด้านวัตถุดิบที่มีราคาสูงขึ้น
- ด้านบุคลากรที่ไม่เพียงพอในระดับปฏิบัติการ

ในปี 2563 เนื่องจากมีผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 จากมาตรการของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีมติสั่งปิดสถานประกอบการร้านอาหาร และให้ขายได้เฉพาะซื้อกลับบ้าน ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2563 ทำให้ร้านอาหารที่ต้องปิดการขายช่วงเวลาดังกล่าวคือ A&W โปเทค ซึ่งในไตรมาส 3 ปี 2563 ได้กลับมาเปิดให้บริการได้ทุกสาขา

สำหรับปี 2563 ในด้านที่มีการปรับตัวและประยุกต์ให้สอดคล้องกับปัจจุบัน มีดังนี้

- (1) ด้านสื่อการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วผู้บริโภคเปลี่ยนการบริโภคจากสิ่งพิมพ์ทั่วไป เข้าสู่สื่อออนไลน์จำนวนมากขึ้นต่อปีสูงกว่าในอดีตมาก โดยการสื่อสารทางออนไลน์นั้นมีหลายช่องทางที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคประกอบทั้งรูปแบบที่จะนำเสนอเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมีความหลากหลายสูงมากซึ่งเป็นไปตามแต่ละกลุ่ม ดังนั้นการทำการตลาดจึงจำเป็นต้องมีการข้อมูลการทำงานที่เชิงกว้างและเชิงลึก เพื่อนำมาวิเคราะห์ ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

แนวทางการแก้ไข

- มีปรับรูปแบบการออกสื่อการตลาดให้ทันสมัยและร่วมกับสื่อดิจิทัลออนไลน์ที่มีการดำเนินการร่วมกับการระบบการขนส่งที่รวดเร็วเพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่หันมาเน้นความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น
- การวิเคราะห์ผลการทำการตลาดและติดตามผลอย่างต่อเนื่องร่วมกับทีมงานฝ่ายปฏิบัติการ

- (2) ความผันผวนทางการเมืองในประเทศไทย (Political Risk) อาจส่งผลกระทบต่อที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ชั้นในของกรุงเทพมหานคร หรือแหล่งในพื้นที่ธุรกิจสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อ ทั้งยอดขายที่เกิดขึ้น บุคลากร วัตถุดิบ เป็นต้น

แนวทางการแก้ไข

- การขยายสาขาที่อยู่ในพื้นที่รอบ ๆ กรุงเทพมหานครหรือให้มีการกระจายตัวเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะส่งผลกระทบต่อดังกล่าว
- การทำแผนประเมินความเสี่ยงและแผนดำเนินการกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินอย่างเป็นรูปธรรม

2. ร้านอาหารคิทเชน พลัส

มีความเสี่ยงด้านพื้นที่ขายหรือการเปิดสาขา และนอกจากนี้ด้านวัตถุดิบในท้องตลาดก็มีแนวโน้มที่มีราคาสูงขึ้น อีกประการหนึ่งที่สำคัญคือ ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานแฟรนไชส์ซึ่งธุรกิจแฟรนไชส์ประเภทร้านอาหารนั้น มีมาตรฐานและการควบคุมที่ค่อนข้างมาก เพราะนอกจากจะต้องทำตามแบบของการออกแบบและตกแต่งแล้ว ยังต้องดูแลคุณภาพและความสะอาดของอาหารซึ่งถือเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร จากนั้นจึงเป็นด้านอื่นๆ เช่น เครื่องแบบของพนักงาน การปรับแต่งร้านให้น่าเข้ามาใช้บริการ เป็นต้น

■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

ความเสี่ยงหลักของธุรกิจบรรจุภัณฑ์มีดังนี้

[1] ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบหลัก

ถือเป็นโอกาสที่ดีในการทำกำไรในปี 2563 ซึ่งราคาวัตถุดิบมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องเกือบตลอดทั้งปี แต่การขาดแคลนวัตถุดิบหลักก็ยังคงถือเป็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญของอุตสาหกรรมนี้

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบอ่อน ได้แก่ แผ่นฟิล์มพลาสติก สี และเม็ดพลาสติก และวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตขวดพลาสติกพีอีที ได้แก่ เม็ดพลาสติกพีอีที ซึ่งล้วนเป็นผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีคอลที่มาจากน้ำมันเป็นหลัก ดังนั้นความผันผวนของราคาน้ำมันโลกจะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตค่อนข้างมาก

แนวทางการแก้ไข

บริษัทมีระบบบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและการปรับตัวของราคาวัตถุดิบ โดยใช้ระบบการบริหารวัสดุที่จะประสานข้อมูลด้านความต้องการของลูกค้าจากฝ่ายขาย ข้อมูลด้านสินค้าและวัตถุดิบคงคลังจากหน่วยงานคลังสินค้า ข้อมูลการสั่งซื้อและการสรรหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มเติมจากฝ่ายจัดซื้อจัดหา มาใช้ในการประมาณการสั่งซื้อและจัดเตรียมความพร้อมของวัตถุดิบล่วงหน้า รวมถึงการติดตามข่าวสารเพื่อการจัดเก็บสต็อกสินค้าและวัตถุดิบอย่างเหมาะสม

[2] ความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทฯตระหนักและให้ความสำคัญกับการจัดการความเสี่ยงด้านนี้มาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสกับอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าอุปโภคบริโภคโดยตรง จึงมีความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าของบริษัทเอง รวมไปถึงความเชื่อมั่นของลูกค้าปลายทางที่จะมีต่อลูกค้าของบริษัทด้วย

แนวทางการแก้ไข

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างระบบมาตรฐานต่างๆ เพื่อช่วยให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ จะมีมาตรฐานการผลิตที่สะอาด ปลอดภัยเพียงพอ ซึ่งปัจจุบันส่วนการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัวบริษัทฯ ได้การรับรองมาตรฐานต่างๆ แล้ว คือ

- BRC/IoP (British Retail Consortium/Institute of Packaging) Issue 5
- HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point)
- GMP (Good Manufacturing Practice)
- ISO (International Organization for Standard) 9001:2015

และส่วนการผลิตขวด PET นั้นได้รับการตรวจประเมินรับรองมาตรฐาน GMP เรียบร้อยแล้ว และจะเพิ่มเติมการรับรองระบบมาตรฐาน BRC/IoP ในปีต่อไป เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้าเพิ่มขึ้นต่อไป

[3] ความเสี่ยงด้านสมรรถนะการแข่งขัน

แม้ว่าจากสถานการณ์โรคระบาดจะส่งผลให้การใช้บรรจุภัณฑ์บางประเภทมีความต้องการใช้งานเพิ่มขึ้นมาก เช่น กล่องกระดาษ กล่องลูกฟูก เป็นต้น แต่จากการที่ลูกค้าหลายรายได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาด ก็ยังคงส่งให้ผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นที่มีรายได้ลดลง จึงส่งผลให้การแข่งขันยังคงรุนแรงต่อเนื่อง

แนวทางการแก้ไข

บริษัทฯ ยังคงดำเนินการปรับปรุงในด้านต่างๆ โดยเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุน ประสิทธิภาพการผลิต การลดของเสีย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เน้นย้ำการควบคุมคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐาน ส่งมอบได้เร็วและตรงต่อเวลา เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าปัจจุบันให้ยังคงเลือกใช้บริการจากบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันก็สามารถตอบสนองและสร้างความน่าเชื่อถือจากลูกค้ารายใหม่ได้เพิ่มมากขึ้น

■ ธุรกิจอื่นๆ

1. ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์

- (1) ความเสี่ยงจากราคาที่ดิน เนื่องจากที่ดินเป็นปัจจัยหลักของธุรกิจบริหารศูนย์การค้า การได้ราคาที่ดินที่เหมาะสมและมีความเป็นไปได้ทางธุรกิจไม่ใช่เรื่องง่าย สำหรับคอมมูนิตีมอลล์ของบริษัทไม่มีปัญหาดังกล่าวเพราะได้เช่าที่ดินจากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในราคาที่เหมาะสมเป็นระยะเวลา 25 ปี
- (2) ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้เช่าหลัก ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์ ผู้เช่าหลัก จะเป็นสิ่งดึงดูดผู้เช่าร่วมให้เข้ามาเช่าพื้นที่ได้ หากผู้เช่าหลักมีความจำเป็น หรือ มีนโยบายที่ต้องเลิกกิจการไป จะส่งผลกระทบต่อภาพรวมของโครงการ คอมมูนิตีมอลล์ของบริษัท ผู้เช่าหลักเป็น Foodland Supermarket ซึ่งเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีของบริษัทมาอย่างยาวนาน จึงไม่มีปัญหาในการยกเลิกกิจการ
- (3) ความเสี่ยงในการจัดหาผู้เช่าพื้นที่ให้เต็มโครงการ ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ไม่สามารถหาผู้เช่าได้เต็มโครงการ ทำให้มีผลกระทบกับรายได้ตามแผนธุรกิจ ซึ่งคอมมูนิตีมอลล์ของบริษัทได้ป้องกันปัญหานี้โดยการทำสัญญาระยะยาวกับผู้เช่า และมีร้านค้าพันธมิตร ร้านอาหารที่เป็นแบรนด์ของตัวเองสามารถมาเช่าพื้นที่ที่เหลือได้

- (4) ความเสี่ยงจากความล่าช้าในการชำระค่าเช่าค่าบริการ รายได้หลักของธุรกิจคอมมูนิตี้มอลล์มาจากค่าเช่าค่าบริการ หากผู้เช่าส่วนใหญ่ไม่สามารถชำระค่าเช่าค่าบริการได้ตามกำหนดเวลาจะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานได้ ธุรกิจคอมมูนิตี้มอลล์ของบริษัทลดความเสี่ยงโดยการเก็บเงินประกันการเช่าไว้จำนวน 4 เดือน และมีการติดตามดูแลการชำระค่าเช่าค่าบริการอย่างใกล้ชิด

2. ธุรกิจเทรดดิ้ง

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงความต้องการของตลาดซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความต้องการสินค้าของบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงได้มีการศึกษาแนวโน้มความต้องการสินค้า รวมทั้งพัฒนาสินค้าร่วมกับผู้ผลิตอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง

3. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค

ตลาดของธุรกิจขายตรงและธุรกิจเครือข่ายในประเทศไทยมีมูลค่าสูงและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีคู่แข่งอยู่เป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งคู่แข่งที่เป็นธุรกิจขายตรงและเครือข่ายภายในประเทศ และธุรกิจแบบข้ามชาติ ซึ่งอาจ ส่งผลให้ระบบธุรกิจขายตรงและเครือข่ายของบริษัทไม่เติบโตเท่าที่ควร ตลอดจนสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด หุ้นส่วนธุรกิจ และ สมาชิกให้แก่บริษัทคู่แข่งได้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

บริษัท โกลบอล คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)

มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีมูลค่า ดังนี้

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคาร	เจ้าของ	104.97	จำนองเป็นหลักประกันกับธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	173.55	สัญญาเช่าการเงินกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	1.71	- ไม่มี -
4. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	เจ้าของ	6.00	- ไม่มี -
รวม		286.23	

บริษัท ไทยเฟลคซีเบิลแพค จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และ อาคาร	เจ้าของ	2.20	- ไม่มี -
2. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	0.26	- ไม่มี -
รวม		2.46	

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด มีสินทรัพย์ถาวร และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	เจ้าของ	4.14	- ไม่มี -
2. เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	25.99	- ไม่มี -
3. สิทธิการบริหารแฟรนไชส์	เจ้าของ	64.41	อายุสัญญา 20 ปี
รวม		94.54	

บริษัท คิทเชน พลัส แฟรนไชส์ จำกัด มีสินทรัพย์ถาวร และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	เจ้าของ	0.18	- ไม่มี -
2. เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	0.11	- ไม่มี -
3. เครื่องหมายการค้า	เจ้าของ	45.65	- ไม่มี -
รวม		45.94	

บริษัท พร่อมแพค จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคาร	เจ้าของ	7.49	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	25.70	สัญญาเช่าการเงินกับสถาบัน การเงินแห่งหนึ่ง
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	0.19	- ไม่มี -
รวม		33.38	

บริษัท เอ็นพีพี ฟู๊ด เซอร์วิส จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. อาคาร	เจ้าของ	5.09	- ไม่มี -
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	17.63	สัญญาเช่าการเงินกับสถาบัน การเงินแห่งหนึ่ง
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	2.13	- ไม่มี -
รวม		24.85	

บริษัท เดอะ ปริ๊นซ์ มอลล์ จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. สิทธิการเช่า และอาคาร	เจ้าของ	155.65	- ไม่มี -
2. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	3.09	- ไม่มี -
รวม		158.74	

บริษัท ดี แองเจิ้ล โกลบอล จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	0.15	- ไม่มี -
รวม		0.15	

บริษัท โกลคอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	0.04	- ไม่มี -
รวม		0.04	

บริษัท ฟรุตตี้ดราย จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. อาคาร	เจ้าของ	6.63	- ไม่มี -
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	6.55	- ไม่มี -
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	3.49	- ไม่มี -
รวม		16.67	

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัท มีนโยบายการลงทุนและประกอบธุรกิจต่างๆ ที่มีความต่อเนื่องและเป็นการสนับสนุนธุรกิจหลัก

4.3 นโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัท จะส่งกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัท เพื่อเป็นตัวแทนของบริษัทไปเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทอย่างน้อยตามสัดส่วนการถือหุ้น เพื่อเป็นตัวแทนในการกำหนด นโยบายและดำเนินธุรกิจในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ให้มีความสอดคล้องกับนโยบายหลักของบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

-ไม่มี-

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท

บริษัท โกลบอล คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)

ชื่อภาษาอังกฤษ

GLOBAL CONSUMER PUBLIC COMPANY LIMITED

ชื่อย่อหลักทรัพย์

GLOCON

ประเภทธุรกิจ

ผลิตและจำหน่าย

1. บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอ่อนตัว (Flexible Packaging)

เพื่อใช้สำหรับบรรจุสินค้าบริโภคประเภทต่างๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร กลุ่มยา และกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

2. ขวดพีอีที (PET : Polyethylene Terephthalate Bottle)

เพื่อใช้สำหรับบรรจุเครื่องดื่มต่างๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท ได้แก่ กลุ่มน้ำดื่ม และ น้ำผลไม้

เลขทะเบียนบริษัท

0107536001095

ราคาพาร์

1.00 บาท

ทุนจดทะเบียน

2,658,648,881 บาท

ทุนชำระแล้ว (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)

1,912,690,915 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 1,912,690,915 หุ้น

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

เลขที่ 283/99 อาคารโฮมเพลส ออฟฟิศ บิลดิ้ง ชั้น 20 ซอยสุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

เว็บไซต์

<http://www.glocon.co.th>

ติดต่อ

สำนักงานใหญ่

โทรศัพท์ 02 712 5487-88

โทรสาร 02 712 5750

โรงงาน

โทรศัพท์ 02 452 8326-29

โทรสาร 02 452 8325

นักลงทุนสัมพันธ์

โทรศัพท์ 02 712 5487-88

โทรสาร 02 712 5750

อีเมล ir@glocon.co.th

6.2 ข้อมูลทั่วไปนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

1. บริษัท ไทยเฟลคซิเบิลแพค จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: จำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105522010397
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 223 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 56.69 (ร้อยละ 25 ถือโดย บริษัท ฟู้ดแลนด์ ซูเปอร์มาร์เก็ต จำกัด ร้อยละ 17.3 ถือโดย บริษัท พัฒนาวรรณ โฮลดิ้ง จำกัด และ ร้อยละ 1.01 ถือโดยบุคคลธรรมดาซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ GLOCON)
ทุนจดทะเบียน	: 160 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 160,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 1,000 บาท

2. บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรค จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ดำเนินธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณา ในสถานบริการปั้มน้ำมัน ปตท.ภายในร้านค้าปลีก จีพี
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105555103700
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 283/99 อาคารโฮมเพลส ออฟฟิศ บิลดิ้ง ชั้นที่ 20 ซอยสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 51 (ร้อยละ 49 ถือโดยผู้ร่วมลงทุน คือ บริษัท เอสไอเอส เวนเจอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน))
ทุนจดทะเบียน	: 20 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 2,000,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 10 บาท

3. บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ทำธุรกิจด้านอาหาร
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105558156138
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 283/98 อาคารโฮมเพลส ออฟฟิศ บิลดิ้ง ชั้นที่ 20 ซอยสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 100
ทุนจดทะเบียน	: 538 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 25,000,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 10 บาท

4. บริษัท พร้อมแพค จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming เพื่อใช้สำหรับบรรจุสินค้าบริโภคประเภทต่างๆ
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105532039169
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 35/132 หมู่ที่ 2 ถนนเอกชัย ตำบลบางน้ำจืด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 95 (ร้อยละ 5 ถือโดยบุคคลธรรมดาซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ GLOCON)
ทุนจดทะเบียน	: 35 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 350,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท

5. บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105542094316
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 69/5 หมู่ 5 ถนนพระราม 2 ตำบลบางชันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 100
ทุนจดทะเบียน	: 200 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 20,000,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 10 บาท

6. บริษัท คิทเชน พลัส แฟรนไชส์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ทำธุรกิจด้านอาหาร
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105557074740
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 283/99 อาคารโฮมเพลส ออฟฟิศ บิล딩 ชั้น 20 สุขุมวิท 55 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 100
ทุนจดทะเบียน	: 192 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 1,920,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท

7. บริษัท เดอะ บรีโอ มอลล์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: เจ้าของและผู้บริหารศูนย์การค้า ชื่อ The Brio Mall
เลขทะเบียนบริษัท	: 0135551002178
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 199 หมู่ที่ 6 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 56.69
ทุนจดทะเบียน	: 75 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 750,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท

8. บริษัท ไกลคอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ให้บริการแบบครบวงจร (One stop Service) สำหรับธุรกิจบรรจุและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105561091416
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 283/98 อาคารโฮมเพลส ออฟฟิศ บิล딩 ชั้นที่ 20 ซอยสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 100
ทุนจดทะเบียน	: 50 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 10,000,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 5 บาท

9. บริษัท ดี แองเจิ้ล ไกลบอล จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ให้บริการรูปแบบการตลาดเครือข่าย (Network Marketing) เพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105562132183
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 283/99 อาคารโฮมเพลส ออฟฟิศ บิล딩 ชั้นที่ 20 ซอยสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 100
ทุนจดทะเบียน	: 20 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 200,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท

10. บริษัท ฟรุ๊ตตี้ดราย จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ผลิตและจำหน่ายผลไม้อบแห้ง
เลขทะเบียนบริษัท	: 0715562000427
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 40/5 หมู่ที่ 7 ตำบลแสนตอ อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 51
ทุนจดทะเบียน	: 50 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 500,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท

6.3 บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง
กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 0-2009-9999
โทรสาร 0-2009-9991

ผู้สอบบัญชี

บริษัท แกรนท์ ธอนตัน จำกัด
ชั้น 11 อาคารเคปิตอลทาวเวอร์ ออลซีซั่นสเพลส ถนนวิฑู
แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์ 0-2205-8222
โทรสาร 0-2654-3339